

## Programma di DITASR

### ▪ IL MERCATO TURISTICO

- Il mercato turistico internazionale
  - Turismo e turista, evoluzioni del fenomeno del turismo
  - Fattori che influenzano il turismo: variabili sociali e variabili economiche
  - Rapporto di cambio
  - Dinamiche del turismo mondiale
- Gli organismi e le fonti normative internazionali
  - Organismi internazionali: UNWTO, WTTC
  - Organi dell'Unione Europea
  - Fonti normative internazionali
- Il mercato turistico nazionale
  - Strumenti di analisi del mercato turistico interno: indicatori di dimensione della domanda e dell'offerta e indicatori economici
  - Bilancia turistica, bilancia delle partite correnti, bilancia dei pagamenti
  - Dinamiche del turismo in Italia
- Gli organismi e le fonti normative interne
  - Organismi interni: organi di governo, enti e organismi che operano nel turismo con finalità specifiche
  - Fonti interne
  - Codice del turismo
- Le nuove tendenze del turismo
  - Turismo sostenibile, turismo slow, turismo culturale, turismo esperienziale, turismo enogastronomico

### ▪ IL MARKETING

### 1) Il marketing: definizione

- Orientamento alla produzione, alle vendite, al mercato
- Marketing strategico, marketing operativo
- Marketing dei servizi, marketing turistico, micromarketing, macromarketing, marketing integrato, marketing territoriale, destination marketing

### 2) Il marketing strategico

- Fasi del marketing strategico
- Fonti informative
- Analisi interna: quota di mercato, market share, fair share
- Analisi della concorrenza: scheda di valutazione dei concorrenti e grafico di posizionamento della concorrenza
  - Analisi della domanda
    - grado di soddisfazione della clientela: questionari
    - analisi del comportamento del consumatore, la piramide di Maslow
    - individuazione delle tendenze di mercato tramite statistiche e ricerche di mercato
- Segmentazione
- Target
- Mappa di posizionamento e scelta del target
- Scelta degli obiettivi strategici

### 3) Il marketing operativo:

- Prodotto (Product):
  - Prodotto Turistico, prodotto delle imprese ristorative, prodotto delle imprese ricettive, prodotto delle imprese di viaggio
  - Ciclo di vita del prodotto
- Prezzo (Price):
  - fattori di influenza del prezzo
  - determinazione del prezzo di vendita: full costing e direct costing
- Distribuzione (Place):
  - Canali di distribuzione
  - Franchising

- Comunicazione (Promotion):

- pubblicità
- promozione
- pubbliche relazioni
- promozione
- pubbliche relazioni
- direct marketing
- 

4) Il web marketing:

- gli strumenti di web marketing

5) Il marketing plan:

- composizione del Marketing plan

▪ PIANIFICAZIONE, PROGRAMMAZIONE E CONTROLLO DI GESTIONE

1) La pianificazione e la programmazione:

- Scelte strategiche e strategia
- Analisi SWOT
- Vantaggio competitivo

2) Budget

- Budget economico
- Controllo budgetario: gli scostamenti
- 

3) Business plan

- Composizione del Business Plan: sintesi del progetto imprenditoriale, esposizione del progetto imprenditoriale e marketing plan, valutazione del progetto imprenditoriale
- Valutazione del progetto imprenditoriale:
- Piano degli investimenti

- Piano finanziario
- Stato patrimoniale di previsione
- Business Model Canvas
- Pitch per lancio di una start up

Firma del docente

A handwritten signature in black ink, reading "Roberta Volpi", is written over a horizontal line.

Roberta Volpi